

## INFORME DE SITUACIÓN ALUMNI MASTER EN GESTIÓN CULTURAL E INDUSTRIAS CREATIVAS.

### Grupo Gestión Cultural Industrias Creativas UAH (GCIC-UAH) (01/03/2021)

El Master en Gestión Cultural e Industrias Creativas cuenta con tres promociones de egresados desde su creación en el curso académico 2017-18 (además de su actual promoción de estudiantes que están cursando el Master en este curso académico 2020-21). La Universidad de Alcalá tiene una *Oficina AlumniUAH* que permite mantener el contacto entre la universidad con sus titulados, a través de diferentes actividades. Para mejorar las oportunidades de empleo de los egresados del Master, la Universidad de Alcalá dispone de una *Oficina de Empleabilidad* que se encarga de fomentar la empleabilidad, y promover y acompañar la carrera profesional de egresados y de los actuales estudiantes de la UAH. A través del Portal del *Career Center* los estudiantes y egresados pueden acceder a ofertas de empleo, a formación y a citas de orientación.

Asimismo, dentro del ámbito del Master en Gestión Cultural e Industrias Creativas, se cuenta en la actualidad con un Grupo abierto en LinkedIn para antiguos y actuales estudiantes del Master: *Grupo Gestión Cultural Industrias Creativas UAH (GCIC-UAH)*. Con este grupo se pretende mejorar las oportunidades de inserción laboral de los egresados del Master, a través del desarrollo de esta red de contactos profesionales. Con la creación de este Grupo no sólo se pretende fomentar el networking interno entre antiguos y actuales estudiantes, sino también con terceras personas (profesores, profesionales), empresas e instituciones, todos ellos relacionados o vinculados con el sector cultural. Igualmente, el grupo también permite estar al tanto de información relativa a actividades de gestión cultural, oportunidades laborales y otro tipo de cuestiones de interés. Por último, con el Grupo se dispone de una información actualizada sobre la situación profesional y formativa de los egresados del Master, dado que cualquier modificación de la misma se refleja inmediatamente en su cuenta de LinkedIn.

El Grupo Gestión Cultural Industrias Creativas UAH (GCIC-UAH). cuenta a fecha de 1 de Marzo de 2021 con 32 miembros. La mayor parte de los participantes son egresados del Master (véase Cuadro 1). Casi el 40% del total de los antiguos alumnos están en el Grupo. Todos los estudiantes que cursan actualmente el Master ya forman parte del Grupo. Otras actividades complementarias (debates, promociones, oferta de empleo) no han sido todavía ampliamente desarrolladas, a la espera de comenzar a hacerlo en una segunda fase de mayor difusión del Grupo.

- Egresados del Master: De los casi 80 antiguos alumnos que han cursado el Master se han localizado a 56 personas (el 71,8%), aceptando hasta la fecha participar en el Grupo 30 miembros (lo que representa el 38,5% del total de los antiguos alumnos (tasa de asociación) y el 53,6% de los antiguos estudiantes localizados (tasa de éxito de asociación)). De las 3 promociones existentes hasta la fecha, en todas ellas las tasas de localización de estudiantes han sido superiores al 65%, aunque son algo mayores en el curso 2018-19. Existen también diferencias entre las tasas de asociación y las tasas de éxito de asociación, siendo algo más reducidas, sobre todo las primeras, en la última promoción 2019-20, vinculado a la existencia de

un mayor número de estudiantes de origen chino en ese curso, que tienen mayores dificultades institucionales de acceso a la plataforma de LinkedIn.

- Estudiantes cursando estudios: Actualmente, en el Grupo participan los 2 estudiantes que están cursando sus estudios en Master.

**Cuadro 1**

PROMOCIÓN	Nº ESTUDIANTES	LOCALIZADOS EN LK	MIEMBROS GRUPO	% LOCALIZADOS (Tasa de localización)	% GRUPO (Tasa de asociación)	Tasa de éxito asociación
2017-2018	25	17	10	68,0	40,0	58,8
2018-2019	27	22	13	81,5	48,1	59,1
2019-2020	26	17	7	65,4	26,9	41,2
	<b>78</b>	<b>56</b>	<b>30</b>	<b>71,8</b>	<b>38,5</b>	<b>53,6</b>
ESTUDIANTES EGRESADOS	78	56	30	71,8	38,5	53,6
ALUMNOS CURSANDO	2	2	2	100,0	100,0	100,0
<b>TOTAL</b>	<b>80</b>	<b>58</b>	<b>32</b>	<b>72,5</b>	<b>40,0</b>	<b>55,2</b>

Dado que la mayor parte de los egresados y estudiantes del Master disponen de una cuenta en LinkedIn, ello permite un seguimiento continuo de su información laboral y educativa, que posibilita la obtención de datos complementarios a los que ya se disponía durante el periodo que estaban realizando sus estudios en el Master.

De esta manera, las estadísticas muestran (ver Cuadro 2) que respecto a la nacionalidad de los estudiantes (en porcentaje sobre el total de matriculados), cerca del 68% son de origen español, casi el 14% de origen asiático, y aproximadamente el 19% restantes de otras nacionalidades (esencialmente de países latinoamericanos). No hay cambios notables por cursos académicos, aunque como se indicó previamente durante el curso 2019-20 participaron un mayor número de estudiantes de procedencia china.

En el caso de los estudios y universidades de procedencia (en porcentajes sobre los localizados en LinkedIn), existe bastante diversidad en ambos casos. Agrupando por ramas de estudio, el 47% de los estudiantes provienen de Historia y Bellas Artes, el 21% de Publicidad, Periodismo o Comunicación Audiovisual, otro 21% de Lingüística y Humanidades, y un 10% restantes de otras titulaciones. En el caso de las universidades, el 24% estudiaron previamente en la Universidad Complutense de Madrid, el 19% en la Universidad de Alcalá, el 14% en la Universidad Autónoma de Madrid, y un amplio 43% restantes proviene de diferentes universidades (tanto nacionales como internacionales).

Finalmente, respecto a la situación de empleo, es decir, a la inserción laboral de los estudiantes, respecto al total de localizados en LinkedIn un 70% se encuentra trabajando en la actualidad. Por tanto, el nivel de empleabilidad de los estudiantes es bastante elevado. Dentro de los que se encuentran en situación laboral de ocupados, el 83% lo hace en puestos de trabajo que están

vinculados con el sector cultural, lo que demuestra una alta adecuación de la situación laboral al ámbito de los estudios relacionados con el Master.

Cuadro 2

PROMOCIÓN	NACIONALIDAD (de total estudiantes)			SITUACION LABORAL (de localizados en LK)			TITULACIÓN (de localizados en LK)				UNIVERSIDAD (de localizados en LK)			
	ESPAÑA	ASIA	OTROS	TRABAJA	NO TRABAJA	VINCULADO CON CULTURA	HISTORIA / BELLAS ARTES	PUBLICIDAD / PERIODISMO / COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	LINGÜÍSTICA / HUMANIDADES	OTROS	UAH	UCM	UAM	OTROS
2017-2018	17	4	4	12	5	11	2	4	4	1	2	7	2	6
2018-2019	21	0	6	15	7	14	2	5	5	2	6	3	2	11
2019-2020	14	7	5	11	5	7	4	2	3	2	3	2	4	8
	<b>52</b>	<b>11</b>	<b>15</b>	<b>38</b>	<b>17</b>	<b>32</b>	<b>8</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>5</b>	<b>11</b>	<b>12</b>	<b>8</b>	<b>25</b>
ESTUDIANTES EGRESADOS	52	11	15	38	17	32	8	11	12	5	11	12	8	25
ALUMNOS CURSANDO	2	0	0	2	0	1	0	1	0	1	0	2	0	0
<b>TOTAL</b>	<b>54</b>	<b>11</b>	<b>15</b>	<b>40</b>	<b>17</b>	<b>33</b>	<b>27</b>	<b>12</b>	<b>12</b>	<b>6</b>	<b>11</b>	<b>14</b>	<b>8</b>	<b>25</b>

PROMOCIÓN	NACIONALIDAD (% de total estudiantes)			SITUACION LABORAL (% de localizados en LK)			TITULACIÓN (% de localizados en LK)				UNIVERSIDAD (% de localizados en LK)			
	ESPAÑA	ASIA	OTROS	TRABAJA	NO TRABAJA	VINCULADO CON CULTURA (% de los que trabajan)	HISTORIA / BELLAS ARTES	PUBLICIDAD / PERIODISMO / COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	LINGÜÍSTICA / HUMANIDADES	OTROS	UAH	UCM	UAM	OTROS
2017-2018	68,0	16,0	16,0	70,6	29,4	91,7	47,1	23,5	23,5	5,9	11,8	41,2	11,8	35,3
2018-2019	77,8	0,0	22,2	68,2	31,8	93,3	45,5	22,7	22,7	9,1	27,3	13,6	9,1	50,0
2019-2020	53,8	26,9	19,2	64,7	29,4	63,6	52,9	11,8	17,6	11,8	17,6	11,8	23,5	47,1
	<b>66,7</b>	<b>14,1</b>	<b>19,2</b>	<b>67,9</b>	<b>30,4</b>	<b>84,2</b>	<b>48,2</b>	<b>19,6</b>	<b>21,4</b>	<b>8,9</b>	<b>19,6</b>	<b>21,4</b>	<b>14,3</b>	<b>44,6</b>
ESTUDIANTES EGRESADOS	66,7	14,1	19,2	67,9	30,4	84,2	48,2	19,6	21,4	8,9	19,6	21,4	14,3	44,6
ALUMNOS CURSANDO	100,0	0,0	0,0	100,0	0,0	50,0	0,0	50,0	0,0	50,0	0,0	100,0	0,0	0,0
<b>TOTAL</b>	<b>67,5</b>	<b>13,8</b>	<b>18,8</b>	<b>69,0</b>	<b>29,3</b>	<b>82,5</b>	<b>46,6</b>	<b>20,7</b>	<b>20,7</b>	<b>10,3</b>	<b>19,0</b>	<b>24,1</b>	<b>13,8</b>	<b>43,1</b>